



การประชุมวิชาการระดับชาติ "วิทาการจัดการธุรกิจชุมชนสู่ปรัชญาคณาจารย์"

วิจัยเพื่อสร้างสรรค์เศรษฐกิจชุมชนสู่ปรัชญาคณาจารย์

คณะ: วิทยาการจัดการ
เครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ



โครงการประชุมวิชาการระดับชาติ "วิทาการจัดการธุรกิจชุมชนสู่ปรัชญาคณาจารย์ 2015"

จัดทำโดยเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการคณะ: วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ^๑
วันที่ 20–21 กุมภาพันธ์ 2558 ณ โรงแรมดีอิมแพรส ถนนห้วยค่าเหนือ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

เจพาระ: ดับเบิลปริญญาตรี

คำนำ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ร่วมกับ เครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ ซึ่งประกอบด้วย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ได้จัดการประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ วิทยาการจัดการวิชาการ 2015 : วิจัยเพื่อสร้างสรรค์เศรษฐกิจชุมชนสู่ประชาคมอาเซียน ในระหว่างวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2558 ณ โรงแรมดิเอ็มเพรส จังหวัดเชียงใหม่ ขึ้นโดยมุ่งเป็นเวทีนำเสนอผลงานวิชาการ งานวิจัย งานวิจัยในชั้นเรียน การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และประสบการณ์ทางด้านงานวิจัย และการเผยแพร่ผลงานที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กรสาธารณะและวงวิชาการของนักวิจัย อาจารย์และนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา

สำหรับการจัดทำเอกสารประกอบการประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติในครั้งนี้ สำหรับจุดล่วงได้ด้วยดีจากความร่วมมือของหลายฝ่าย ขอขอบคุณนักวิจัย คณะทำงาน ตลอดจนผู้บริหารมหาวิทยาลัยที่ให้การสนับสนุนเป็นอย่างดี และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าเอกสารฉบับนี้คงอำนวยประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องตามสมควร

คณะกรรมการดำเนินการจัดการประชุมวิชาการ
20 กุมภาพันธ์ 2558

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิประเมินผลงานวิจัย การประชุมวิชาการระดับชาติ
“วิทยาการจัดการวิชาการ 2015 : วิจัยเพื่อสร้างสรรค์เศรษฐกิจชุมชนสู่ประชาคมอาเซียน”
วันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2558
ณ โรงแรมดิเอ็มเพรส อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

ที่	ตำแหน่งทางวิชาการ	ชื่อ	สกุล	มหาวิทยาลัย
1	ศาสตราจารย์ ดร.	ทรงศักดิ์	ศรีบุญจิตต์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
2	รองศาสตราจารย์ ดร.	อารีย์	เข็มเมืองพาน	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
3	รองศาสตราจารย์ ดร.	นรินทร์	นำเจริญ	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
4	รองศาสตราจารย์ ดร.	ธเนศ	ศรีวิชัยคำพันธ์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
5	รองศาสตราจารย์ ดร.	อภินันทร์	จันทะนี	มหาวิทยาลัยราชภัฏอยุธยา
6	รองศาสตราจารย์	จำเนียร	บุญมาก	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
7	รองศาสตราจารย์	ธีรภัทร	วรรณถุมถุ	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
8	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	ประยุทธ	วรรณอุดม	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
9	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	ปรีดา	ศรีนฤกธรรม	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
10	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	ภูษณิศา	เทชแก้วกิจ	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
11	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	เยาวเรศ	เชวนพูนผล	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
12	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	พิชากพ	พันธุ์แพ	มหาวิทยาลัยพะยัพ
13	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	อาชยุส	หยุ่ยเย็น	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
14	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	ชัยยศ	สมฤทธิ์สกุล	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
15	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	สิริศักดิ์	รัชชานติ	มหาวิทยาลัยพิษณุโลก
16	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	ทัดพงศ์	อวีโรนานันท์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
17	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	อนันต์กุล	อินทรผล	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
18	อาจารย์ ดร.	กัญญาสวี	กล่อมรงเจริญ	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
19	อาจารย์ ดร.	ปิยวรรณ	สิริประเสริฐศิลป์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
20	อาจารย์ ดร.	รัตนันท์	พงศ์ศิริทธิ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
21	อาจารย์ ดร.	ณภัทร	พิพิทธ์ศรี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ชร.
22	อาจารย์ ดร.	ชัยเสนาธิ	พรหมศรี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
23	อาจารย์ ดร.	ภัทริกา	มนีพันธ์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
24	อาจารย์ ดร.	ฐานิกุล	ไชยวรรณ	มหาวิทยาลัยพะยัพ
25	อาจารย์ ดร.	เทียน	เลرامณุ	มหาวิทยาลัยพะยัพ
26	อาจารย์ ดร.	สุจิรา	ไชยกุสินธุ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
27	อาจารย์ ดร.	อนุชา	กันทรดุษฎี	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
28	อาจารย์ ดร.	ชัยวัฒน์	นันทศรี	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

29	อาจารย์ ดร.	สุทธิลักษณ์ ชนะสุข	สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดอ่างทอง
30	อาจารย์ ดร.	พีงใจ พิชัยอนุตรัตน์	ศากาภรณ์จังหวัดอ่างทอง
31	อาจารย์ ดร.	สิริกร สันติโรจนกุล	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ (วิทยาเขตบางนา)
32	อาจารย์ ดร.	วาสุวรรณ พงศ์ชจร	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิประเมินผลงานวิจัย การประชุมวิชาการระดับชาติ
“วิทยาการจัดการวิชาการ 2015 : วิจัยเพื่อสร้างสรรค์เศรษฐกิจชุมชนสู่ประชาคมอาเซียน”
วันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2558
ณ โรงแรมดิเอมเพรส อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

ที่	ตำแหน่งทางวิชาการ	ชื่อ	สกุล	มหาวิทยาลัย
1	ศาสตราจารย์ ดร.	มนัส	สุวรรณ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
2	รองศาสตราจารย์ ดร.	สมเดช	มุงเมือง	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
3	รองศาสตราจารย์ ดร.	ปาริษิญ	ผลประเสริฐ	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
4	รองศาสตราจารย์ ดร.	บุญธรรม	วิจวน	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
5	รองศาสตราจารย์ ดร.	วีระศักดิ์	สมยานะ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
6	รองศาสตราจารย์	พีไอล	เดชพงศ์พิรุฬห์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
7	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	สมบัติ	สิงหาราช	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
8	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	กมลนันทน์	พลวัน	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
9	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	ธรรมกิตต์	ธรรมโม	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
10	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	อนุวัติ	ศรีแก้ว	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
11	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	กมลทิพย์	คำใจ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
12	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	กรรร์	ชัยอมรไพศาล	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
13	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	เพชรฯ	บุดสีทา	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
14	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	รัชนีวรรณ	บุญอนันท์	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
15	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	สมเกียรติ	ชัยบุลย์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
16	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	ไฟพรย์	อินตั๊ชัน	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
17	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	จตุรภัทร	วงศ์ลิริสสถาพร	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
18	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	อิรวัตน์	ชมราภาก	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
19	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	กิตติภา	จินดาเทวิน	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
20	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	ปัญญา	ชัยสนิท	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
21	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	พนิสuga	ธรรมประมวล	มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพศรี
22	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	วริศรา	เหล่าบำรุง	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
23	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	นวพร	ประสมทอง	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
24	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	บุญยากร	ตีระพุตติกุลชัย	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
25	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	วัฒนา	ยืนยง	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
26	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	ปานฉัตร	อาการักษ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
27	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	เสรี	ปานชา	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
28	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	อ่อนดาษ	รัชเวทย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

29	อาจารย์ ดร.	ประเสริฐ	อเนก	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
30	อาจารย์ ดร.	กัลยา	ใจรักษ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
31	อาจารย์ ดร.	อรกัญญา	กาญจนารากุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
32	อาจารย์ ดร.	กาญจนา	สุระ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
33	อาจารย์ ดร.	ประภาส	ณ พิกุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
34	อาจารย์ ดร.	เสริมศิริ	นิตดา	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
35	อาจารย์ ดร.	สุทธิรัตน์	ผลอยบุตร	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
36	อาจารย์ ดร.	อุษณีย์	เสียงพานิช	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
37	อาจารย์ ดร.	รัมมะทินนา	ศรีสุพรรณ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
38	อาจารย์ ดร.	ลักษดา	ยาวิลະ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
39	อาจารย์ ดร.	ศุภฤกษ์	เมธีโกพงษ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
40	อาจารย์ ดร.	โอพารา	เชี่ยวชาญ	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
41	อาจารย์ จสต.ดร.	จันทันพอดล	วศินสุนทร	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
42	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ศุภฤกษ์	ราพาพิทักษ์วงศ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
43	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ธวัชชัย	บุญมี	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
44	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	จิรวรรณ	บุญมี	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
45	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	เดชวิทย์	นิควรรณ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
46	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ศิริจันทร์	เชื้อสุวรรณ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
47	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	พรพิมล	วงศ์สุข	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
48	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ศิรสา	สอนศรี	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
49	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	รัชนีกร	ปัญญา	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
50	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ดาวรัตน์	ไชยาโส	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
51	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	มานพ	ชุมอุ่น	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
52	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	นงลักษณ์	เรืองวิทยาภรณ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

รูปแบบและการจัดการตามแนวคิดการตลาดสีเขียวของผู้ประกอบการใน ตลาดปฐุมมงคล จังหวัดนครปฐม

Management approach with green marketing concept of entrepreneurs in PathomMongkhon Market NakhonPathomProvince

จิตพนธ์ ชุมเกตุธีร์วัฒน์ กำเนิดตี และวันเฉลิม ขันทอง

JittaponChumkateTeerawatKamnerdeeand WanchareamKhuntong

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

u12540050@gmail.com, khuntong.wanchaream@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องรูปแบบและการจัดการตามแนวคิดการตลาดสีเขียวของผู้ประกอบการในตลาดปฐุมมงคล จังหวัดนครปฐม เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบและการจัดการรวมทั้งศึกษาปัญหาและอุปสรรคเพื่อเสนอแนวทางในการแก้ปัญหาผู้ประกอบการในตลาดปฐุมมงคล ตามแนวคิดการตลาดสีเขียว โดยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้ประกอบการที่ขายผลไม้ในตลาดปฐุมมงคล จำนวน 5 ราย มีระยะเวลาการประกอบธุรกิจ 20-40 ปี ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีรูปแบบเป็นการรับซื้อผลไม้จากคนสวนแล้วนำมาขายเป็น 2 รูปแบบ คือ ขายส่งและขายปลีก โดยจะมีรายได้จากการขายเป็นเงินสดและเงินเชื่อ ซึ่งจะมีการขายส่งเป็นหลัก ผลไม้ที่รับซื้อมาขายจะเป็นผลไม้พื้นเมืองนครปฐมและจังหวัดใกล้เคียง นอกจากนี้ ผู้ประกอบการมีวิธีการจัดการประกอบธุรกิจคือ ในช่วงแรกจะเป็นผู้ติดต่อกับคนสวนเองแต่ภายหลัง คนสวนจะติดต่อกัน เมื่อขายสินค้าจะกำหนดราคาโดยพิจารณาจากคุณภาพ บรรจุภัณฑ์และปริมาณ ผลไม้ในตลาด การจ้างงานจะจ้างแรงงานไทยและแรงงานต่างด้าวโดยจ้างในจำนวนที่เหมาะสม เรื่องของสารเคมีในผลไม้จะเน้นการส่องออกเพื่อมีการตรวจสอบความก่อนที่จะส่งออก การจัดการกับผลไม้คงเหลือผู้ประกอบการจะแปรรูปลดราคาและบริจาค โดยจะทำให้เหลือน้อยที่สุด ปัญหาและอุปสรรคคือ การไม่ชำรุดหนี้ของลูกค้าที่ซื้อเชื่อและการลงานของลูกจ้าง

คำสำคัญ:การจัดการ, การตลาดสีเขียว, ผู้ประกอบการ

Abstract

This research was qualitative research. The purpose of this research was study the format and management including problems and obstruction for offer solutions to entrepreneurs in PathomMongkhon Market by green marketing concept. The data was collected by in-depth interview. The Keyinformants were 5 entrepreneurs in PathomMongkhon Market. They have engaged in business for 20-40 years. The study revealed the entrepreneurs that purchased from grower then distributed to customer were devided by 2 types,wholesaler and retailer. Their income were cash and

installment. They mainly were wholesaler. The produce that they purchased was local fruits at NakhonPathom and nearby. At first, they contacted to the growers and later, the growers started to contact to them. The product price was appraised by quality, package and quantity of product in the market. They appropriately employed local labors and foreign labors. They mainly bewared of chemicals in produce because of chemical test before exportation. For the leftover produce, they processed, discounted and doled out to reduce the leftover produce. Their problems were no payment of installment customers and absentation of labors.

Keywords: Management, Green marketing, entrepreneur

1. บทนำ

ตลอดช่วงทศวรรษที่ผ่านมาการตระหนักรถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม และประเด็นปัญหาสภาพอากาศเปลี่ยนแปลง (Climate Change) เป็นประเด็นปัญหาที่ได้รับความสนใจไปทั่วโลก (Bergin-Seers S., andMair J., 2009) ไม่เพียงแต่เฉพาะจากมุมมองของนักวิชาการด้านสิ่งแวดล้อมเท่านั้น แต่เป็นประเด็นที่ได้รับการกล่าวถึงทั้งจากผู้ผลิตและผู้บริโภคทั่วโลก การตระหนักรถึงประเด็นสิ่งแวดล้อมดังกล่าวนี้ได้สะท้อนให้เห็นจากพฤติกรรมของผู้ผลิต ผู้บริโภคและนโยบายของภาครัฐที่แสดงออกถึงความวิตกกังวล ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและการตระหนักรถึงคุณภาพชีวิตของคนรุ่นหลังมากขึ้นด้วยการระมัดระวังผลกระทบที่เกิดจากการผลิตและบริโภคผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่ใช้ในครัวเรือน

การดำเนินการทางการตลาดเป็นความพยายามที่จะบรรลุเป้าหมายการแลกเปลี่ยน ระหว่างนักการตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยพัฒนาการของแนวคิดทางการตลาดสามารถแบ่งออกเป็น 6 แนวคิด คือ แนวคิดด้านการผลิต ผลิตภัณฑ์ การขาย การตลาด ผู้บริโภค และการตลาดเพื่อสังคม โดยแนวคิดการตลาดเพื่อสังคมนั้น เป็นแนวคิดที่ได้พิจารณาถึงความต้องการและความพอดีของตลาดเป้าหมาย มีการนำเสนอสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าเป้าหมายต้องการด้วยประสิทธิภาพที่เหนือคู่แข่งขัน แนวคิดการตลาดเพื่อสังคมมี 2 แนวทาง คือ 1. การตลาดที่เน้นในเรื่องจริยธรรม โดยเน้นในเรื่องจริยธรรม กฎเกณฑ์หรือระเบียบวินัยต่างๆ 2. การตลาดที่เน้นในเรื่องการอนุรักษ์และปกป้องสิ่งแวดล้อม เป็นการเสนอสินค้าสู่ตลาด โดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการนำของเก่ามาใช้ซ้ำ หรือหมุนเวียนนำมาใช้ซ้ำ หรือลดปริมาณการใช้ลง การตลาดสีเขียวนั้นจึงถือเป็นการเคลื่อนไหวเพื่อการพัฒนา และแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เช่น การนำกลับมาใช้ใหม่ การหมุนเวียนนำกลับมาผลิตใหม่ การออกแบบแบบผลิตภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด และยังสามารถสร้างกำไรให้กับธุรกิจได้ จะเห็นได้ว่า การดำเนินการตลาดสีเขียวนั้นมีความสัมพันธ์กับการตระหนักรถึงต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในทุกขั้นตอนของกิจกรรมทางการตลาด ตั้งแต่การค้นหากระบวนการผลิต การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การวางแผนทางการตลาด และการประชาสัมพันธ์ ภายใต้ประโยชน์ของผู้บริโภค ชุมชน สังคม และความยั่งยืนของธุรกิจ (อนุวัต สงสม, 2555)

การเป็นผู้ประกอบการ คือเป็นคนมีความคิดสร้างสรรค์ซึ่งเป็นบ่อเกิดของธุรกิจใหม่ที่สามารถตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนไปของผู้บริโภค เป็นผู้ริเริ่มและยินดีจะรับความเสี่ยงในการลงทุนประกอบกิจการ โดยจัดทำปัจจัยต่างๆ และใช้สติปัญญา ความสามารถ ประสบการณ์ และวิทยาการ

ที่เหมาะสม เพื่อให้เกิดสินค้าและบริการต่อลูกค้าและผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีงานศึกษาวิจัยเป็นจำนวนมากที่สนใจศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ เช่น งานของ Bygrave โดยสรุปลักษณะที่สำคัญ 10 ประการ คือ 1.มีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล 2.ต้องมีความกล้าตัดสินใจ 3.มีการตัดสินใจอย่างเฉียบขาดแม่นยำ 4.มีความมุ่งมั่นในการทำงานให้สำเร็จ 5.สามารถทุ่มเทให้กับธุรกิจของตนได้อย่างเต็มที่ 6.ต้องมีความชอบธุรกิจของตนเป็นการเฉพาะตัว 7.ต้องเป็นผู้ช่างสังเกต และใส่ใจในรายละเอียดต่างๆ 8.เป็นผู้ที่ไม่ยอมแพ้ต่อโชคชะตา 9.ผู้ประกอบการโดยทั่วไปมีตัวตนที่แข็งแกร่งในเรื่องผลตอบแทนที่เป็นตัวเงินมองเพียงแค่ผลผลอยได้จากความสำเร็จของธุรกิจของตนมากกว่า 10.ควรต้องมีการกระจายความรับผิดชอบ และสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมให้กับพนักงานที่มีความสามารถและความสำคัญกับธุรกิจของตน(สถาบันทรัพยากรมนุษย์, 2544: 8)

ปัญหามลพิษของอาหารถือว่าทำให้เกิดปัญหาต่อผู้บริโภคเกี่ยวกับความปลอดภัยของผู้บริโภค ปัญหานี้ถือว่าเป็นปัญหาที่มีความสำคัญ เช่น อาหารที่มีสารพิษเจือปน เนื่องจากปัจจุบันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้การผลิตอาหารตามธรรมชาติมีการเปลี่ยนแปลง มีการนำสารเคมีมาใช้ในการผลิตมากขึ้น สาเหตุสำคัญของปัญหาที่มีสารพิษเจือปน ได้แก่ การใช้ยาปราบศัตรูพืชในการทำเกษตรกรรม การใช้วัตถุกันเสียในการถนอมอาหาร การใช้ส่วนผสมอาหารเพื่อปรุงแต่งรสชาติ และสีสันอาหาร ปัญหามลพิษอาหารทำให้เกิดปัญหาด้านความปลอดภัยของผู้บริโภค กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ที่ถือว่าเป็นโอกาสทางการตลาดจากปัญหานี้(ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538)

ผลไม้ไทยมีความหลากหลาย และมุนเวย์เนียนเปลี่ยนไปตลอดทั้งปี จึงมีให้เลือกได้มาก ทำให้คุ้มเมื่อนำว่าเรามีจำกัดเคลนผลไม้แต่ไม่ได้มีความโดยหาผลไม้มารับประทาน และมองว่าผลไม้ไทยเป็นของธรรมชาติทั่ว ๆ ไปที่หาได้ง่าย ดังนั้น การกระตุ้นให้มีการบริโภคผลไม้ไทยให้มากขึ้น จึงไม่ค่อยได้ผล แต่ร่วมสิ่งหนึ่งที่กำลังอยู่ในกระแสความนิยมก็คือเรื่องของสุขภาพ เพราะว่าปัจจุบันคนไทยและต่างชาติเริ่มเห็นความสำคัญของการรักษาสุขภาพกันมากขึ้น(พีเดช ทองคำไฟ, 2553)

ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นจึงทำให้ผู้วิจัยมีความประஸค์ศึกษาถึงรูปแบบและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ และศึกษาแนวทางปัญหาและอุปสรรคที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจโดยใช้ผู้ประกอบการในตลาดปฐมเมืองคล จังหวัดนครปฐม เป็นกรณีศึกษา เพื่อให้เกิดข้อค้นพบและเสนอเป็นแนวทางในการนำไปพัฒนารูปแบบและการจัดการในการดำเนินธุรกิจตามแนวคิดการตลาดสีเขียว

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษารูปแบบและการจัดการ ตามแนวคิดการตลาดสีเขียวของผู้ประกอบการในตลาดปฐมเมืองคล จังหวัดนครปฐม

2.2 เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการในตลาดปฐมเมืองคล จังหวัดนครปฐม

2.3 เพื่อเสนอแนวทางในการแก้ปัญหาร่วมถึงการดำเนินธุรกิจตามแนวคิดการตลาดสีเขียว

3. ขอบเขตของการวิจัย

3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา คือ การศึกษารูปแบบและการจัดการของผู้ประกอบการในตลาดปฐมเมืองคลตามแนวคิดตลาดสีเขียว เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมุ่งเน้นศึกษาในประเด็นสำคัญดังนี้

3.1.1 รูปแบบและการจัดการของการประกอบธุรกิจตามแนวคิดการตลาดสีเขียว

3.1.2 ปัญหาและอุปสรรคในการประกอบธุรกิจ

3.2 ขอบเขตด้านประชากร ผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการขายผลไม้ในตลาด ปฐมมงคล จังหวัดนครปฐมจำนวน 5 ราย ซึ่งมีผู้ประกอบการทั้งหมด 40 ราย

3.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ คือ ตลาดปฐมมงคลฝั่งผลไม้ จังหวัดนครปฐม

3.4 ขอบเขตด้านเวลา คือ เริ่มตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2556 – เดือนธันวาคม 2556 รวมระยะเวลา 5 เดือน

4. วิธีดำเนินการวิจัยและระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นแบบการวิจัยพื้นฐาน(Basic Research/Pure Research)และเพื่อให้การดำเนินการวิจัยเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยจึงมีการดำเนินงานวิจัยดังนี้

4.1 ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ประกอบการที่ขายผลไม้ในตลาดปฐมมงคลจังหวัดนครปฐม

4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

4.2.1 ผู้วิจัยมีหน้าที่หลักในการสอบถามเพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกมากที่สุดเพื่อนำรายละเอียดที่ได้จากการสัมภาษณ์มาทำการวิเคราะห์ต่อไป

4.2.2 แนวคิดในการสัมภาษณ์ระดับลึกของผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้ออกแบบตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

4.2.3 เครื่องบันทึกเสียง ใช้สำหรับบันทึกเสียงเก็บข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโดยตรง โดยผู้วิจัยต้องขออนุญาตผู้ให้สัมภาษณ์ก่อนทำการบันทึกเสียง

4.2.4 เครื่องบันทึกภาพใช้บันทึกภาพเหตุการณ์

4.2.5 เครื่องเขียนและสมุดจดบันทึก เพื่อใช้บันทึกข้อมูลหรือเหตุการณ์ที่ไม่สามารถบันทึกไว้ด้วยเครื่องบันทึกเสียง

4.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ มีวิธีการเก็บข้อมูลทั้งจากเอกสารและการสัมภาษณ์การเก็บรวบรวมข้อมูลดังกล่าว เพื่อเป็นการทำความเข้าใจถึงรูปแบบและการจัดการ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือและเป็นความจริง โดยมีรายละเอียดข้อมูลดังนี้

4.3.1 การสัมภาษณ์เชิงลึก การสัมภาษณ์เชิงลึกนี้ผู้ให้ข้อมูลหลักคือผู้ประกอบการขายผลไม้ในตลาดปฐมมงคล โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Indepth interview) มี 4 หัวข้อคือ ข้อมูลและความเป็นมาของธุรกิจรูปแบบการจัดการปัญหาและอุปสรรคและการแก้ไขปัญหาเพื่อให้รายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบและการจัดการของผู้ประกอบการวิธีการในการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ Snowball

4.3.2 การใช้ข้อมูลจากเอกสาร ข้อมูลที่สำคัญส่วนหนึ่งคือข้อมูลจากเอกสารต่างๆ ได้แก่ หนังสือ บทความต่างๆ รวมไปถึงข้อมูลเรื่องการตลาดสีเขียวทางอินเตอร์เน็ต

4.4 การตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบข้อความและแนวโน้มที่เกี่ยวกับแบบสัมภาษณ์ให้มีความสมบูรณ์และสอดคล้องกับขอบเขตการวิจัย

4.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากการสัมภาษณ์ การสังเกต นำมารวบรวม ตรวจสอบความครบถ้วนและความถูกต้องของข้อมูล จัดหมวดหมู่ของข้อมูลตามประเด็นที่ศึกษาและสรุปข้อมูลจากการสัมภาษณ์ จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยผู้วิจัยต้องใช้แนวคิดทฤษฎีต่างๆที่ได้ทบทวนวรรณกรรมมาช่วยในการวิเคราะห์ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) และทำการสังเคราะห์ข้อมูลรวมทั้งให้ข้อเสนอแนะ เพื่อให้ได้ข้อมูลภาพรวมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

5. ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยพบว่าผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้ประกอบการมีระยะเวลาในดำเนินธุรกิจ 20-40 ปี จำนวน 5 คน โดยจะมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดนครปฐมและจังหวัดใกล้เคียง ซึ่งสาเหตุที่เลือกประกอบธุรกิจนี้คือ จากพื้นฐานครอบครัวที่ยากจนแล้วอยากเป็นคนที่มีฐานะร่ำรวยและสืบทอดธุรกิจมาจากพ่อแม่

ผู้ประกอบการจะมีรูปแบบในการดำเนินธุรกิจคือ จะรับซื้อผลไม้จากชาวสวนโดยตรงในช่วงแรกจะเป็นผู้ติดต่อไปยังชาวสวนเองแต่ภายหลังเมื่อมีเป็นที่รู้จักแล้วชาวสวนจะเป็นผู้ติดต่อซึ่งจะเป็นการบอกกันแบบปากต่อปากของชาวสวน ผลไม้ที่รับมาขายจะเป็นผลไม้พื้นเมืองของจังหวัดนครปฐมซึ่งผลไม้ที่ขายเป็นหลักคือ มะพีอง ฝรั่ง กล้วย อุ่น มะพร้าวและผลไม้พื้นเมืองที่ออกผลตามฤดูกาลคือ ลำไย มะม่วง ชนพู แก้วมังกร เมื่อมีการรับผลไม้มาแล้วจะขายเป็นแบบขายส่งเป็นหลัก การขายแบบปลีกจะขายในจำนวนที่น้อยมาก การขายมีลักษณะที่เป็นเงินสดและเงินเชื่อแล้วแต่การตกลงกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ซึ่งร้านจะเปิดตลอด 24 ชั่วโมง

นอกจากนี้ผู้ประกอบการจะมีการจัดการธุรกิจคือ ผลไม้ที่นำมาจากสวนนั้นจะตรวจสอบที่มาของผลไม้และคุณภาพโดยรวมก่อนโดยจะสอบถามกับชาวสวนที่รู้จัก การติดต่อซื้อขายกับชาวสวนผู้ประกอบการจะเป็นผู้ติดต่อเองในช่วงแรกภายหลังเมื่อเป็นที่รู้จักแล้วชาวสวนก็จะเป็นผู้ติดต่อกับเราเอง การจัดการกับผลไม้ในแต่ละวันจะมีจำนวนที่ไม่เท่ากันขึ้นอยู่กับฤดูกาลซึ่งจะมีผลกระทบต่อราคา การตั้งราคานั้นผู้ประกอบการจะขายสินค้าก่อนแล้วถึงตีราคาให้กับคนสวนโดยจะตัดต้นทุน ค่าใช้จ่าย และกำไรที่ต้องการ แล้วถึงจะตีราคาให้กับชาวสวน ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาคือ คุณภาพของผลไม้ การบรรจุภัณฑ์ และปริมาณของผลไม้ที่อยู่ในตลาด ส่วนการจ้างงานจะจ้างตามหน้าที่คือ พนักงานยกผลไม้ขึ้นลงรถหน้าร้านพนักงานขับรถรับผลไม้จากชาวสวนพนักงานคัดกรองและตรวจสอบสินค้า พนักงานบัญชี ซึ่งต้องมีความรู้เรื่องบัญชีพนักงานดูแลร้านแทนผู้ประกอบการในช่วงเวลาที่ผู้ประกอบการไม่อยู่ นอกจากการขายที่ร้านแล้วยังมีการกระจายสินค้าไปยังภูมิภาคอื่นคือภาคเหนือ ภาคอีสาน ภาคกลาง และภาคใต้ แต่จะมีผู้ประกอบการบางรายที่มีการส่งออกไปยังต่างประเทศคือ สิงคโปร์ มาเลเซีย ลาว และกัมพูชารถที่ใช้ในการขนส่งสินค้ามี 2 ประเภท คือ รถกระบะ 2 ประตูที่มีการต่อเติม กับ รถบรรทุก 6 ล้อ (สำหรับค้าขายต่างภูมิภาค) ส่วนการส่งออกทุกครั้งผู้ประกอบการจะ

กำหนดที่ตรวจสอบการใช้สารเคมีของชาวสวน โดยจะกำหนดวันให้ฉีดสารเคมีก่อนเก็บผลไม้ 7-15 วัน เพื่อไม่ให้สารเคมีตกค้าง ส่วนผลไม้ที่เหลือจากการขายในแต่ละวันผู้ประกอบการจะทำการ 2 วิธี คือ 1.ลดราคา 2.บริจาคให้วัดสถานศึกษา และผู้เลี้ยงสัตว์ที่มีความต้องการผลไม้เหล่านั้น ถ้ามีผลไม้เน่าเสียไม่สามารถทำอะไรได้ก็จะนำไปทิ้งที่ที่ทิ้งขยะกลางภายในตลาด

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการมี 2 อย่างคือ 1.การเรียกเก็บเงินจากลูกหนี้ไม่ได้ 2.การจ้างงานที่มักมีการลางานในช่วงฤดูกาลที่มีผลไม้มากๆ

แนวทางแก้ไขปัญหาของผู้ประกอบการนั้น การติดตามทางตามหนี้จากลูกค้าที่ค้างชำระทำได้ยาก ผู้ประกอบการจึงต้องมีความรอบคอบในการพิจารณาการให้เครดิตการขายทุกรั้ง ส่วนการจ้างงานมีปัญหาการขาดแคลนแรงงานในช่วงฤดูกาลที่ผลไม้ออกเยอะ เนื่องจากลูกจ้างลางานผู้ประกอบการแก้ไขโดยจ้างงานเพิ่มในฤดูที่มีผลไม้เยอะ และในช่วงที่มีงานน้อยก็จะไม่เลิกจ้างเนื่องจากผู้ประกอบการต้องการสร้างความพึงพอใจแก่ลูกจ้างเพื่อให้เกิดความซื่อสัตย์ต่องานของตน

6. อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบและการจัดการตามแนวคิดการตลาดสีเขียวของผู้ประกอบการขายผลไม้ในตลาดปฐมมงคล จังหวัดนครปฐม ด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ ในครั้งนี้สามารถนำมาอภิปรายได้ดังนี้

รูปแบบของการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการนั้นเป็นการรับซื้อผลไม้จากคนสวนโดยตรง ซึ่งจะรับซื้อผลไม้ที่เป็นผลไม้ที่นึ่นเมืองของจังหวัดนครปฐม เช่น ฟรั่ง มะพร้าว มะເຟ เป็นต้นและยังรับผลไม้จากภูมิภาคอื่นที่ออกตามฤดูกาล เช่น ทุเรียน เนาะ ลองกอง มังคุด เป็นต้น แล้วจะนำมาจำหน่ายแบบขายส่งเป็นส่วนใหญ่ ส่วนของการขายปลีกจะมีจำนวนที่น้อยมาก การเปิดหน้าร้านของผู้ประกอบการจะเปิดตลอด 24 ชั่วโมง โดยผู้ประกอบการจะมีตัวแทนในการดูแลกิจการที่ไว้วางใจได้ในเวลาที่ผู้ประกอบการมีธุระหรือต้องการเวลาที่จะพักผ่อน

การจัดหาผลไม้มาขายนั้นในช่วงแรกของการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการจะจัดหาจากคนรู้จักเพื่อติดต่อกับคนสวนแต่ต่อมาเมื่อมีคนรู้จักมากขึ้น ก็จะมีการติดต่อจากคนสวนมาเองซึ่งจะเป็นการบอกรูปแบบปากต่อปากเป็นส่วนใหญ่

การจ้างงานของผู้ประกอบการนั้นจะจ้างงานทั้งคนไทยและคนต่างด้าวแต่จะจ้างคนไทยมากกว่าคนต่างด้าว คนต่างด้าวที่จ้างมานั้นจะเป็นคนเขมรหรือคนลาว จำนวนการจ้างงานจะขึ้นอยู่กับขนาดของกิจการจะมีหน้าที่การทำงานคือ ยกผลไม้ขึ้นลงรถ ขับรถผลไม้จากสวน คัดกรองและตรวจสอบสินค้า และพนักงานดูแลร้านแทนผู้ประกอบการ

การขนส่งและการกระจายสินค้านั้นจะใช้รถบรรทุก 4 ล้อและรถบรรทุก 6 ล้อในการขนส่ง จะมีการขนส่งคือ รับผลไม้จากสวนมาอย่างตลาด และกระจายสินค้าไปยังตลาดต่างๆ ในประเทศไทย

การกำหนดราคาในการขายและการกำหนดราคาให้กับชาวสวนนั้น ผู้ประกอบการจะทำการขายก่อนถึงตีราคาก่อนที่ราคาก็จะมีปัจจัยในการกำหนดราคาก็คือ คุณภาพของผลไม้บรรจุภัณฑ์ และปริมาณของผลไม้ที่มีอยู่ในตลาด เมื่อขายสินค้าแล้วก็จะตัดต้นทุน ค่าใช้จ่ายต่างๆ และจะตัดกำไรที่ผู้ประกอบการต้องการออกไปแล้วซึ่งจะเป็นราคาก่อต้นทุนจะได้รับ ซึ่งผู้ประกอบการจะตัดกำไรส่วนต่างตามความเหมาะสม เพื่อให้คนสวนมีความพึงพอใจและทำการค้าขายกับผู้ประกอบการต่อไป

การจัดการในเรื่องของผลไม้ที่ปลดสารพิษนั้น ผู้ประกอบการจะมีการกำหนดเกณฑ์การนิดสารเคมีเฉพาะสินค้าที่เป็นสินค้าส่งออก เพราะ การส่งออกไปยังต่างประเทศนั้นจะมีการตรวจสอบสารเคมีที่ตกค้างอยู่ในผลไม้ หากเกินกว่าที่กำหนดจะตีกลับผลไม้บันไดหันทีในจำนวนทั้งหมด

การจัดการสินค้าคงเหลือและการแปรรูปนั้น ผู้ประกอบการจะมีการจัดการกับสินค้าคงเหลือให้น้อยที่สุดหรือไม่มีเลยโดยการนำไปแปรรูปให้มากที่สุด ซึ่งผลไม้ที่มีการนำไปแปรรูปได้แก่ ผั่ง มะเฟือง เพราะเป็นผลไม้ที่มีจำนวนมากในจังหวัดนครปฐม ผลไม้ประเภทอื่นจะมีจำนวนไม่มากจึงไม่จำเป็นต้องนำไปแปรรูป การแปรรูปผู้ประกอบการจะนำไปส่งโรงงานที่รับซื้อ ในส่วนที่เหลือหากแปรรูปไม่ได้หรือโรงงานแปรรูปไม่สามารถรับได้ในจำนวนที่มากเกินไปก็จะใช้วิธีการลดราคาและแฉลูกสินค้านั้นขายไม่ได้แล้วจริงๆ ก็จะนำไปเบริกาคหรือทิ้งในที่สุด

ปัญหาที่ผู้ประกอบการพบคือ การเก็บเงินจากลูกค้าที่ซื้อเป็นเงินเชื่อแล้วไม่ได้รับการชำระเงินคืนและปัญหาคนงานที่มีปัจจัยของเรื่องการลางาน ลาป่วย และลาออก ซึ่งผู้ประกอบการต้องยอมรับปัญหาการที่ไม่ได้รับเงินจากการขายสินค้า เพราะไม่สามารถดำเนินการทางกฎหมายได้เนื่องจากไม่มีกฎหมายรองรับ จึงได้แต่หางเงินในเวลาที่เจอกันเท่านั้นและเรื่องของคนงานผู้ประกอบการพยายามที่จะจ้างงานให้เหมาะสมกับงานมากที่สุดและพยายามที่รักษาคนงานไว้ให้ได้นานที่สุด

จากการศึกษารูปแบบและการจัดการของผู้ประกอบการในตลาดปฐมมงคล จังหวัดนครปฐม สรุปสิ่งที่สอดคล้องกับแนวคิดการตลาดสีเขียวคือ 1. การจัดการกับผลไม้คงเหลือ ซึ่งผู้ประกอบการจะทำให้มีสินค้าคงเหลือมีน้อยที่สุดหรือไม่มีเลย 2. การส่งออก เพราะผู้ประกอบการมีการกำหนดเกณฑ์ของสารเคมีที่ต้องจำกัด 3. การขนส่ง ผู้ประกอบการมีการวางแผนในการขนส่งให้เกิดความคุ้มค่ามากที่สุด และสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับแนวคิดการตลาดสีเขียวคือ 1. บรรจุภัณฑ์ การใช้บรรจุภัณฑ์เป็นจำนวนมากพลาสติกหรือกล่องโฟมซึ่งทำลายมลพิษและย่อยสลายยาก 2. สารเคมี ผลไม้ที่ไม่ได้ส่งออกไม่มีการกำหนดเกณฑ์ของสารเคมีซึ่งทำให้ไม่มีการควบคุมเรื่องการฉีดสารเคมีของชาวสวน

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

จากการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบและการจัดการตามแนวคิดการตลาดสีเขียวของผู้ประกอบการขายผลไม้ในตลาดปฐมมงคล จังหวัดนครปฐม พบรูปปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นผู้วิจัยจึงคร่าวข้อเสนอแนะความคิดเห็นไว้ดังนี้

1. ปัญหาเรื่องการเก็บเงินจากลูกค้าที่เป็นเงินเชื่อ

1.1 ผู้ประกอบการควรมีการสร้างเพิ่มประวัติส่วนรวมของลูกค้าที่มาค้าขายในตลาด จัดทำรายชื่อลูกค้ามีที่ความประพฤติดี และความประพฤติไม่ดีในการทำการค้าขายผลไม้เพื่อลดปัญหาเรื่องการเก็บเงินจากลูกค้าที่เป็นเงินเชื่อ

1.2 ผู้ประกอบการควรมีการตรวจสอบความเป็นอยู่ของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากเหตุผลของการไม่ชำระหนี้นั้นมาจากการที่พ่อค้าแม่ค้าจะเลิกทำธุรกิจประเภทค้าขายผลไม้ เพื่อไปประกอบอาชีพอื่นแทน

2. ปัญหาเรื่องการจ้างงาน

2.1 ผู้ประกอบการควรสร้างความพึงพอใจให้กับลูกจ้างของตนไม่จำเป็นว่าสิ่งเหล่านี้ต้องเป็นเงินเท่านั้นแต่อาจจะเป็น น้ำใจ รอยยิ้ม ค่ายป้ายเหลือเมื่อลูกจ้างมีปัญหา เพื่อให้การความซื่อสัตย์และสามารถไว้ใจซึ่งกันและกันได้

2.2 ผู้ประกอบการควรมีตารางระบุน้ำเวลาในการทำงานให้ชัดเจนเมื่อลูกจ้างขาดงานต้องมีการปรึกษากันเองก่อนระหว่างลูกจ้างกับลูกจ้างก่อนว่าต้องใครจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบในวันที่ลูกจ้างนั้นลงงาน

2.3 ผู้ประกอบการควรมีการเพิ่มค่าแรงในวันที่มีงานมาก เพื่อเป็นแรงจูงใจในการมาทำงานของลูกจ้าง

3. การตลาดสีเขียว

3.1 ผู้ประกอบการควรมีการดำเนินถึงการใช้สารเคมีของชาวสวนโดยมีการจำกัดสารเคมีทุกชนิดที่มีเป็นอันตรายแก่คนที่กินผลไม้ โดยมีการกำหนดราคารับซื้อที่ต่ำลงสำหรับผลไม้ที่ใช้สารเคมี

3.2 ผู้ประกอบการควรมีผลไม้ที่คงเหลือจากการจำหน่ายไปประยูรให้ได้มากที่สุดเพื่อลดจำนวนของผลไม้ที่เหลือ

3.3 ผู้ประกอบการควรมีการพยากรณ์ยอดขายสินค้าเพื่อให้เกิดสินค้าคงเหลือน้อยที่สุดในแต่ละวัน เพื่อลดจำนวนของผลไม้ที่ต้องนำไปทิ้งหรือทำให้เกิดของเสียน้อยที่สุด

7.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

7.2.1 ควรมีการศึกษารูปแบบและการจัดการอย่างต่อเนื่อง เพราะรูปแบบและการจัดการของผู้ประกอบการผลไม้ในตลาดปัจจุบันสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา

7.2.2 การศึกษากลุ่มตัวอย่างของวิจัยนี้ มีผู้ให้ข้อมูลคือ ผู้ประกอบการเป็นหลักและพื้นที่ในการศึกษาวิจัยจำกัด ผู้ที่สนใจจะทำวิจัยในเรื่องนี้ควรมีการเลือกเปลี่ยนกลุ่มประชากรหรือพื้นที่เพื่อทราบปัญหาและอุปสรรคให้มากขึ้นคือ ศึกษาจากต้นน้ำที่เป็นเกษตรกรหรือจากปลายน้ำที่เป็นลูกค้าที่มารับซื้อผลไม้

8. บรรณานุกรม

พิรเดช ทองคำไฟ. (2553). คุณค่าผลไม้ไทย 2. คันเมื่อ 1 ตุลาคม 2557, จาก

<http://www.arda.or.th/easyknowledge/easy-articles-detail.php?id=308>.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา.

สถาบันทรัพยากรัฐมนตรี. (2544). การสร้างและพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการขนาดย่อมและขนาดกลางที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจเอกชนไทย. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อนุวัต สงสม. (2555). การตลาดสีเขียว: โน้ตคัณและพฤติกรรมผู้บริโภค. วารสารวิชาการคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 8(1), 68-69.

Bergin-Seer S.,andMair J. (2009). Emerging Green Tourists in Australia: Their Behaviors and Attitude.Tourism and Hospitality Research, 9(2): 109-119.